

ления должны входить показатели, связанные с потреблением материальных оборотных средств. При распределении затрат подразделений, деятельность которых связана с обеспечением нормального функционирования средств труда, за основу должны быть взяты показатели, характеризующие использование основных средств. Для тех центров ответственности, основной задачей работы которых является организация работы персонала, для распределения издержек должны использоваться показатели, связанные с потреблением трудовых ресурсов.

Предложенная методика распределения затрат позволит, с помощью изучения функциональной специфики центров ответственности и выбора на ее основе адекватных баз распределения, осуществлять анализ и контроль результатов деятельности подразделений организации, получать объективные данные о себестоимости продукции, что обеспечит достоверность информационной базы для принятия управленческих решений и повышение экономической эффективности хозяйствования.

<http://edoc.bseu.by>

А.Н. Молош
Научный руководитель *Е.Г. Тёсова*
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БОБРУЙСКАГРОМАШ»)

Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг., утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 29 марта 2010 г. № 161, определено, что одной из основополагающих задач настоящего пятилетия в условиях глобализации международной экономики является повышение уровня конкурентного преимущества отечественных предприятий путем снижения издержек, совершенствования качества, увеличения объемов сбыта.

Одним из таких предприятий является ОАО «Бобруйскагромаш» (г. Бобруйск). За период более 37-летней целенаправленной деятельности оно приобрело огромный опыт в сфере производства и реализации техники для аграрного комплекса, что позволило достичь высокого качества выпускаемой продукции при относительно невысокой себестоимости и завоевать свою нишу в данном сегменте рынка. В настоящее время предприятие является экспортноориентированным: в 2011 году удельный вес реализации продукции на внешние рынки достиг 43,5 %.

Основными конкурентами в области производства техники номенклатуры ОАО «Бобруйскагромаш» являются ОАО «Бежецксельмаш» (Российская Федерация) в группе пресс-подборщиков, ПО «Гомсельмаш» (Республика Беларусь) в группе прицепов и ОАО «Запагромаш» (Республика Беларусь) группе разбрасывателей. Анализ конкурентных преимуществ ОАО «Бобруйскагромаш» показал, что предприятие располагает продукцией, которая по показателям функ-

ционального назначения находится на уровне товаров-аналогов, а по ценовым параметрам превосходит их на 15–20 %.

Основные пути повышения конкурентоспособности продукции ОАО «Бобруйскагромаш» без потери ценовых преимуществ связаны с внедрением гибких технологий заготовительно-прессового производства, позволяющих повысить качество изготавливаемых узлов и деталей: предприятию необходимо отказаться от классической технологии заготовительного и холодноштамповочного производства путем внедрения технологичного комплекса МПРЛ для плазменной резки.

В случае внедрения данного комплекса становится возможным повышение конкурентоспособности продукции за счет более точной обработки деталей, повышения их износостойкости в следствие достижения оптимального размера. Рассчитанный нами годовой экономический эффект при закупке и внедрения нового оборудования, при окупаемости в 1 год, составит 226, 806 млн р.

Главным направлением развития стратегии в области конкуренции для завода является восстановление позиций на рынках России, Украины и других стран СНГ. Повышению конкурентных преимуществ ОАО «Бобруйскагромаш» способствуют:

- 1) снижение себестоимости продукции, что приведет к уменьшению продажной цены и увеличению объемов реализации;
- 2) повышение качества выпускаемой продукции, что также увеличит объемы сбыта и будет способствовать формированию позитивного имиджа предприятия на рынке;
- 3) создание совместных производств и совершенствование сети дилерских центров, способных осуществлять качественный технический сервис реализуемой продукции предприятия;
- 4) создание новых видов машин (СРВ-8, ТСП-2,1, АВУ-6) и введение конструктивных и технологических новшеств в выпускаемые сельскохозяйственные машины, что не только увеличит ассортимент, но и позволит новым продуктам активно конкурировать на рынке.

<http://edoc.bseu.by>

К.В. Мосина
Научный руководитель *Е.Н. Бедретдинова*
Филиал БГЭУ (Бобруйск)

РЕКЛАМНАЯ ПОДДЕРЖКА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»

Развитие мирового кондитерского рынка в настоящее время характеризуется повышением уровня консолидации производства, что вызвано необходимостью получения конкурентных преимуществ за счет концентрации ресурсов при осуществлении брендинговой, маркетинговой и рекламной поддержки деятельности предприятий, процессов технологической модернизации, а также достижения оптимальных условий при приобретении сырья.